

PENGARUH CUSTOMER BONDING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ZOYA LAMONGAN

EFFECT OF CUSTOMER BONDING ON CUSTOMER LOYALTY ZOYA LAMONGAN (CUSTOMER BONDING EFFECT ON ZOYA LAMONGAN CUSTOMER LOYALTY)

Elsa Nur Aini

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Lamongan

elsaaini3@gmail.com

Website:

https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh customer bonding terhadap loyalitas pelanggan di Zoya Lamongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengambilan data dengan menyebarkan kuisioner kemudian dilakukan uji parsial dan simultan menggunakan independent sampel t-test dengan nilai signifikan 0,05. Uji parsial telah dilakukan dan dihasilkan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($X1 = 2,789 > 1,996$. $X2 = 2,437 > 1,996$. $X3 = 2,340 > 1,996$. $X4 = 2,110 > 1,996$. $X5 = 2,433 > 1,996$). Dan uji simultan telah dilakukan, dihasilkan F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} ($9,215 > 2,35$). Sehingga dari kedua pengujian tersebut (parsial dan simultan) dapat diketahui bahwa variabel yang digunakan berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Kata Kunci:

*Customer Bonding,
Loyalitas Pelanggan*

Abstract

The Objectives is to find out how the Customer influences bonding to customer loyalty at Zoya Lamongan. The study used quantitative approaches and data retrieval by spreading the questionnaire and then conducted partial and simultaneous tests using the independent T-test samples with a significant value of 0.05. A partial test has been performed and generated t_{hitung} greater than the t_{tabel} ($X1 = 2,789 > 1,996$. $X2 = 2,437 > 1,996$. $X3 = 2,340 > 1,996$. $X4 = 2,110 > 1,996$. $X5 = 2,433 > 1,996$). And simultaneous testing has been performed, resulting F_{hitung} greater than the F_{tabel} ($9,215 > 2.35$). So from both of these tests (partial and simultaneous) it can be noted that the variables used affect customer loyalty.

Keywords :

*Customer Bonding,
Customer Loyalty*

DAFTAR PUSTAKA

- Buttle, F. 2009. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Jakarta: Bayumedia
- Dharmesta, S.B. 2012. *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol.14
- Dermawan, Deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Kedua. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya
- Griffin, J. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kestiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadi, A. 2018. *Pemahaman dan Penerapan ISO/IEC*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hasan, A. 2010. *Marketing*. Yogyakarta: Medja Pressindo
- Kertajaya, H. 2010. *Boosting Loyalty Marketing Performance*. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran* edisi ke12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Licen Indahwati D. 2011. *Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif dalam Analisa Loyalitas Pelanggan*. Jurnal KINERJA Vol. 8, No. 2
- Simamora, B. 2012. *Remarketing for Business Recovery*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- _____. 2012. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- _____. _____. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Umar, H. 2010. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Usmara, Usi. 2010. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfa Beta
- Santoso, S.2015. *SPSS20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi*, Jakarta,PT.Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Saputra, Harmawan dan Ariningsih.(2014).*Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing Segmen*.Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Fandy Tjiptono.2014.*Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*.Andi.Yogyakarta.